

**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas  
Konsumen Pengguna Smartphone Oppo dengan Keputusan  
Pembelian sebagai Variabel Intervening  
(Studi Kasus pada Pengguna Smartphone Oppo di Semarang)**

**NIRMALA AGUSTIA NINGSIH**

(Pembimbing : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201302968@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Smartphone Oppo yang memiliki berbagai keunggulan baik dari sisi brand, kamera, promosi nasional dan lainnya dengan berbagai keunggulan tersebut, maka tingkat resiko kegagalan dapat dikurangi. Manajemen perusahaan diuntut untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, serta diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan keputusan pembelian sehingga akan dapat tercipta loyalitas konsumen yang mana merupakan salah satu tujuan dari suatu perusahaan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas konsumen pengguna smartphone Oppo dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening (Studi Kasus pada Pengguna Smartphone Oppo di Semarang) adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sebagai pengguna sekaligus yang melakukan pembelian di smartphone Oppo Store Plaza Simpang Lima, Lantai.2 No.31, Semarang dan Paragon Mall, Lantai.3 No.11, Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda yang terlebih dahulu di uji dengan menggunakan SPSS uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik dengan menggunakan purposive sampling dan sampel 105 konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keputusan pembelian terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, keputusan pembelian dan loyalitas konsumen

**The Effect of Service Quality and Price on Consumer Loyalty of Oppo Smartphone with Purchasing Decision as Intervening Variable  
(Case Study on Smartphone Oppo Consumer in Semarang)**

**NIRMALA AGUSTIA NINGSIH**

(Lecturer : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201302968@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRACT**

Oppo Smartphone that has various advantages both in terms of brand, camera, national promotion and more with these advantages, the risk of failure can be reduced. Company management in demand to be more carefully in determining the strategy of competing, also expected to maintain and increase purchasing decision so that will be created consumer loyalty which is one of purpose of a company. The purpose of this research is to know the effect of service quality and price on consumer loyalty of smartphone Oppo with purchasing decision as intervening variable (Case Study on Smartphone Oppo Consumer in Semarang). The population in this research are consumers who as users at the same time who make purchasing at smartphone Oppo Store Plaza Simpang Lima, Floor.2 No.31, Semarang and Paragon Mall, Floor.3 No.11, Semarang. Analysis used is multiple linear regression which first tested by using SPSS validity test, reliability and classic assumption by using purposive sampling and sample 105 consumers. The results of this research that there is a positive and significant effect between the quality service on purchasing decisions, there is a positive and significant effect between price on purchasing decision, there is a positive and significant effect between purchasing decisions on consumer loyalty.

**Keyword** : service quality, price, purchasing decision and consumer loyalty